



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

**PROGRAMA INSTITUCIONAL DE BOLSAS DE INICIAÇÃO
CIENTÍFICA – PIBIC**

**DESTINOS TURÍSTICOS
INTELIGENTES:
Benchmarking dos Principais
Destinos Turísticos
Internacionais**

Área do conhecimento: Turismo
Subárea do conhecimento: Planejamento
Especialidade do conhecimento: Planejamento de destinos turísticos

Relatório Final
Período da bolsa: de (08/2019) a (07/2020)

Este projeto foi desenvolvido com bolsa de iniciação científica
PIBIC/COPES

Orientadora: Dra. Jennifer Caroline Soares
Autora: Luciana dos Santos



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	3
2	OBJETIVOS	6
2.1	Objetivo geral.....	6
2.2	Objetivos específicos.....	6
3	METODOLOGIA.....	7
4	REFERENCIAL TEÓRICO	9
4.1	Implicações do planejamento turístico	9
4.2	Delineando <i>smart cities</i>	13
4.3	A emergência dos destinos turísticos inteligentes	16
5	RESULTADOS E DISCUSSÕES	20
6	CONCLUSÕES.....	35
7	PERSPECTIVAS.....	37
8	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	38
9	OUTRAS ATIVIDADES	44



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

1 INTRODUÇÃO

A atividade turística, além de apresentar crescimentos significativos no cenário global, mantém um ritmo constante de expansão que torna o setor turístico o terceiro maior exportador no mundo. A atividade se configura como importante fonte de geração de renda e empregos, tendo movimentado em 2018 mais de 1,7 bilhões de dólares (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO, 2019), por isso é considerado um dos setores que mais geram ganhos econômicos. No entanto, ainda que se assumam os potenciais benefícios ligados ao turismo, também é importante discutir os potenciais impactos negativos, ambientais e sociais, acarretados pela atividade turística (MATHIESON; WALL, 1982).

Conforme a competitividade se expressa como fator de permanência no mercado global e à medida em que surge a necessidade de mitigar os impactos negativos provenientes da atividade turística, evidencia-se a necessidade de que a atividade seja desenvolvida através de um processo de planejamento (DIAS, 2003). Na perspectiva da política turística, a sustentabilidade dos destinos pode ser alcançada através de um processo de planejamento. O turismo de massas se apresenta como ponto inicial do planejamento turístico que, com o passar dos anos, sofreu transformações e mudanças de enfoque das ações desenvolvidas. De modo geral, o enfoque estratégico vigente passa a considerar ações que propiciem o desenvolvimento territorial e fomentem a governança (COSTA; PANYIK; BUHALIS, 2013; DIAS, 2003).

Em meio às transformações no âmbito do planejamento, surge o conceito de cidade inteligente, cuja perspectiva de desenvolvimento tem enfoque na sustentabilidade econômica e ambiental e na melhoria da qualidade de vida dos cidadãos (CARAGLIU; DEL BO; NIJKAMP, 2011). Tal conceito emerge sob um cenário em que a superlotação de centros urbanos necessita de intervenções inteligentes (SOARES, CONCEIÇÃO, 2016) e ainda que não exista uma definição universal, uma cidade inteligente deve considerar a necessidade das pessoas e das comunidades (ALBINO; BERARDI; DANGELICO, 2015; ABELLA; ORTIZ-DE-URBINA-CRIADO; DE-PABLOS-



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

HEREDERO, 2015). Sistematicamente, são apresentados seis elementos que caracterizam uma cidade inteligente, sendo estes: economia, sociedade, governança, mobilidade, meio ambiente e qualidade de vida (GIFFINGER et al., 2007).

Considerando a intrínseca relação existente entre planejamento urbano e turístico, é cabível ampliar o conceito de cidade inteligente ao âmbito do turismo, integrando enfoques de planejamento estratégico, evolução tecnológica, políticas de sustentabilidade e inovação (INSTITUTO VALENCIANO DE TECNOLOGIAS TURÍSTICAS, 2015; SEGITTUR, 2015). De acordo com Segittur (2015), o conceito de inteligência aplicado às cidades tornou-se um parâmetro para a gestão urbana, de modo a ser implementado no âmbito da gestão turística. A gestão inteligente das cidades e destinos turísticos se configura em uma nova maneira de pensar soluções práticas para o contexto de planejamento e gestão (SOARES; CONCEIÇÃO, 2016). Desse modo, o conceito de destino turístico inteligente surge da urgência de adaptação da oferta a um novo perfil de demanda que preza a eficiência e a qualidade (SEGITTUR, 2015).

Espanha é um dos países pioneiros em adotar a perspectiva de destinos turísticos inteligentes - DTI em seu planejamento e em desenvolver uma norma técnica relacionada aos mesmos (ALCANTUD et al., 2017; MINISTÉRIO DE INDÚSTRIA, ENERGIA Y TURISMO, 2012). Da mesma forma, países à exemplo do Brasil e de Portugal estão implementando iniciativas associadas aos DTI (ALVARES; SOARES, 2018). Brasil apresenta seu “Plano nacional 2018-2022: mais emprego e renda para o Brasil”, o qual prevê a inserção de medidas que possibilitem o desenvolvimento de destinos turísticos inteligentes por todo território (BRASIL, 2018); enquanto Portugal em sua estratégia intitulada “Turismo 2027: liderar o turismo do futuro”, pretende fortalecer a imagem do país como destino inteligente (PORTUGAL, 2017).

Considerando a recente inserção do enfoque de *smart city* no âmbito do planejamento turístico, este projeto propõe analisar as estratégias relacionadas a destinos turísticos inteligentes desenvolvidas por diferentes países. A partir do benchmark, é possível implementar e aperfeiçoar enfoques de planejamento em territórios e empresas baseando-se nas práticas mais eficazes provenientes de destinos de sucesso (KOZAK, 2004), sendo uma técnica reconhecida internacionalmente como uma ferramenta de



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

melhora contínua (HUTTON; ZAIRI, 1995, *apud* KOZAK, 2004). Na perspectiva do turismo, o benchmark ajuda a compreender o posicionamento dos destinos no mercado e favorece a gestão coordenada entre atores turísticos (LOPEZ, 2010).

Esta pesquisa deriva de uma série de projetos anteriores relacionados à temática de destinos turísticos inteligentes em diferentes contextos. A princípio, houve uma pesquisa que abordou a governança do município de Aracaju com base no conceito de destinos turísticos inteligentes, realizada no edital PIBIC 2016/2017; no edital PIBIC 2017/2018 foi abordada a sustentabilidade no município de Aracaju com base no conceito de destinos turísticos inteligentes; e no edital PIBIC 2018/2019 foi realizada um Benchmarking de três *smart cities* no contexto brasileiro. A concretização de tais pesquisas tornou possível um aprofundamento na temática de destinos inteligentes e abriu espaço para repensar o planejamento e gestão do turismo no município de Aracaju. Sobretudo, colocou em evidência a dificuldade de aplicar os indicadores e a importância de identificar as melhores práticas que vem sendo desenvolvidas.



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo geral

- Analisar as estratégias relacionadas com destinos turísticos inteligentes incorporadas nos planos nacionais de turismo dos cinco principais países em chegadas de turistas internacionais.

2.2 Objetivos específicos

- Localizar os planos nacionais de turismo dos cinco principais países em chegadas de turistas internacionais;
- Identificar as estratégias relacionadas com destinos turísticos inteligentes nos planos nacionais de turismo dos cinco principais países receptores de turistas internacionais;
- Classificar as principais linhas de atuação relacionadas com destinos turísticos inteligentes dos planos nacionais de turismo dos cinco principais países em chegadas de turistas internacionais.



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

3 METODOLOGIA

Trata-se de um estudo exploratório e descritivo com enfoque qualitativo, realizado mediante análise de pesquisa documental. Ou seja, é caracterizado pela busca de aprofundamento do assunto abordado, de maneira a adquirir melhor entendimento e, posteriormente, registrar e descrever as informações obtidas. Inicialmente, houve o levantamento de dados a partir de uma pesquisa bibliográfica que possibilitou compreender de forma sistêmica as variantes que envolvem o processo de transformação de destinos turísticos tradicionais em Destinos Turísticos Inteligentes, bem como determinar os eixos que os constituem.

A pesquisa documental foi norteada pela busca de documentos relacionados ao planejamento, *Smart Cities* e Destinos Turísticos Inteligentes. A partir deles foi possível construir o protocolo de coleta de dados. Foram estudadas as principais linhas de atuação vinculadas aos DTI incluídas nos planos nacionais de turismo dos cinco principais países em chegadas de turistas internacionais no ano de 2018. Foi realizada a busca dos planos no Google e na página oficial do organismo nacional de planejamento e gestão do turismo dos países nos meses de fevereiro, março e abril. De acordo com a OMT (2019) os cinco primeiros são: França, Espanha, Estados Unidos, China, Itália. Cabe destacar que foram analisados os planos publicados em inglês, espanhol ou português. Por motivos de que não foram localizados os planos de turismo francês e chinês, coube analisar os planos de turismo da Turquia e do México, sexto e sétimo países em chegadas de turistas no ano de 2018, respectivamente. Seguem os planos que foram incluídos no estudo:

- Plan del Turismo Español Horizonte 2020;
- National Travel and Tourism Strategy 2012;
- Piano Strategico del Turismo 2017-2022;
- Plan Nacional del Desarrollo 2013-2018;
- Tourism Strategy of Turkey.- 2023.

Os dados dos planos foram selecionados levando em consideração aspectos relacionados diretamente com a perspectiva de DTI, categorizadas em grandes linhas de atuação: governança; inovação; sustentabilidade; tecnologias da informação e



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

comunicação; mobilidade; atrativos/destinos; informação turística; marketing e; capital humano. Por fim, os dados coletados foram digitalizados em planilhas eletrônicas e realizou-se uma análise descritiva abordando os pontos previamente definidos no protocolo de coleta de dados.



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

4 REFERENCIAL TEÓRICO

4.1 Implicações do planejamento turístico

O turismo é um fenômeno que apresenta um importante crescimento e que tem sofrido uma série de transformações ao longo do tempo. Ao analisar os avanços do mercado turístico através das décadas, Velasquez; Oliveira (2018, p. 343) concluíram que “[...] a atividade turística resulta de um processo de transformação [...], caracterizada pela inserção da tecnologia no desenvolvimento das atividades, nas mudanças nas formas de comunicação, no apelo às questões da qualidade e ambientais”. Assim o domínio turístico engloba, de maneira geral, variantes econômicas e sociais que se coordenam entre si a fim de direcionar o setor turístico para um progresso arraigado.

Ao constatar uma gama de elementos convergentes Beni (1998) propôs apresentar o turismo como um sistema, visto que as partes que o constituem determinam e afetam umas as outras em um ciclo constante de influência. Petrocchi (2009) enfatiza a relevância dessa análise sistêmica para compreender a importância de coordenar esforços de modo a fortalecer a imagem de um destino turístico e manter a qualidade na prestação dos serviços. Considerando esse aspecto, somado ao princípio de variabilidade do meio turístico, expressa por fatores econômicos, tecnológicos e comportamentais da demanda (SOLHA; TRENTIN; GÂNDARA, 2010) e levando em conta a urgência de um ideal de consumo consciente (HERTER, 2004), torna-se necessário desenvolver estratégias que possam assegurar bons resultados e garantir a satisfação total do consumidor independente da instabilidade do mercado ou de outros agentes externos.

A interdependência entre os fatores envolvidos neste processo torna a atividade turística complexa (VELASQUEZ; OLIVEIRA, 2018) e bi polarizada, tendo em vista que o turismo é capaz de desempenhar o papel de disseminador e agregador de culturas, da mesma maneira que pode expressar seu caráter capitalista e indiferente frente aos interesses coletivos (PAIVA, 1998). Baseado nessa ambiguidade que confronta o turismo, na qual se apresentam benefícios e prejuízos provenientes da atividade turística, se insere o planejamento. Este surge não somente com o objetivo de desenvolver estratégias



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

voltadas para a promoção turística, mas surge também com a função de minimizar as consequências negativas que o turismo proporciona de modo a atender as necessidades de cada localidade (RODRIGUES, 2014).

Os impactos do turismo, nos mais diversos segmentos e regiões do globo são frequentemente estudados na literatura (HALLAL; MÜLLER, 2013; VAREIRO; MENDES, 2015; KRAUS et al., 2018; SU; HUANG; HUANG, 2018). Em relação ao viés econômico, de forma ampla, existe uma tendência a considerar os efeitos positivos (SENA; SEVERO, 2019), visto que uma área pode se beneficiar recebendo visitantes de uma região específica, gerando renda, e, simultaneamente, desempenhar o papel de emissora, proporcionando ganhos financeiros para outras regiões. Entretanto, Sena; Severo (2019), também pontuam que essa injeção na economia local pode ocasionar um aumento proporcional no custo de vida no destino turístico. Desse modo os autores comumente se dedicam a estudar esses impactos através do ponto de vista dos residentes (HALLAL; MÜLLER, 2013; VAREIRO; MENDES, 2015; KRAUS et al., 2018; SU; HUANG; HUANG, 2018; SENA; SEVERO, 2019; SOUZA, 2012) justamente por seu papel fundamental na qualidade da prestação dos serviços, e pela influência que a qualidade de vida dos moradores tem na escolha de um destino turístico pelos potenciais visitantes (GASTAL; MOESCH, 2007).

Em seu estudo sobre a possibilidade de se desenvolver estratégias voltadas para o destino Aracaju-SE, Soares et al. (2017) constataram que existe certa fragilidade no ato de planejar o âmbito local. Existem instrumentos que auxiliam no desenvolvimento da atividade, entretanto, foi identificada a ausência de certos procedimentos de coordenação entre departamentos de administração local e regional que influenciam diretamente na avaliação da qualidade da experiência dos turistas. Além disso, os autores observaram que a insuficiência de recursos financeiros próprios pode interferir de forma negativa para a sustentabilidade das ações desenvolvidas.

Diante disso, é preciso entender que a planificação de um espaço urbano está condicionada à fatores econômicos, espaciais, geográficos e sociais, de modo que o planejamento que não esteja apto à sua execução é insuficiente para que hajam progressos consistentes na estruturação do desenvolvimento em uma localidade (PETROCCHI,



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

2009). É importante salientar que:

O planejamento não é estático, sendo uma atividade que pode e deve ser alterada constantemente para que seus objetivos sejam alcançados. O planejamento territorial da atividade turística requer análise da oferta e sua adequação à demanda para garantir a sustentabilidade territorial (HERTER, 2004, p. 16).

Nesse sentido, a postura dos gestores e colaboradores é outro fator determinante para um planejamento bem-sucedido, capaz de contornar situações adversas sem comprometer aquilo que já foi concebido.

O governo de Portugal estabeleceu em seu Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT) e na Agenda Regional de Turismo do Norte (ART), objetivos direcionados para o desenvolvimento da região Norte do país. Analisando as estratégias previstas nesses planos, Lopes; Soares (2017) concluíram que a diversificação do produto turístico na região em questão, a presença de capital humano preparado e a inserção de ferramentas tecnológicas foram fundamentais para que houvesse um fluxo constante de turistas, bem como a transformação dos recursos disponíveis em cada área em atrativos turísticos contribui para alavancar o setor. Assim, identificar o segmento adequado a cada localidade possibilita ao gestor compreender o tipo de demanda que esses locais irão atrair e o permite redirecionar seus esforços para um público específico além de usar seu capital financeiro e social eficientemente.

No Brasil, o Plano Nacional de Turismo 2018-2020 prevê maior inclusão de consumidores internacionais e locais no mercado turístico. Para isso, se objetiva criar maior acessibilidade e democratização dos produtos turísticos. O plano futura disseminar a atividade por todo o território do país, incentivando o fortalecimento da cultura local e o aperfeiçoamento dos serviços prestados. Além disso, traz a necessidade de promover o turismo local a nível internacional, articulando e determinando de forma estratégica os destinos turísticos prioritários nessa promoção, e conectando mecanismos de disseminação de informação turística. Define também a sustentabilidade, manutenção da infraestrutura, segurança pública e respeito aos direitos humanos como condições essenciais para viabilizar a oferta turística (BRASIL, 2018).

Silva; Miranda (2013) ponderam que o planejamento da atividade turística em



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

uma localidade deve considerar a evolução social dos residentes à proporção que se desenvolve a questão econômica, de modo que ambos estejam atrelados e contribuam para o desenvolvimento de todos os setores do contexto de vida urbano. Nessa perspectiva é importante manter a estabilidade no processo de impulsionamento da economia local, em que se deve suprir as necessidades da demanda, sem interferir no desenvolvimento da cidade como um todo.

Planificar [...] se trata de una tarea compleja en busca del punto de equilibrio entre lo posible y lo deseable. Es, [...] el arte de vislumbrar las mejores opciones, teniendo por sustrato una dosis bien combinada de osadía, prudencia, responsabilidad e inspiración. Es evidente que cada planificador tiene su propio brillo, su fórmula única, su forma exclusiva, pero es de allí de donde procede la importancia del compromiso, de la participación colectiva, de la combinación multicolor y polimorfa del conjunto de los actores, porque como suele suceder, el bien administrado no es particular sino público y, por lo tanto, la responsabilidad es de todos (SANTOS, 2001, p. 227).¹

Dessa maneira, planejar diminui os possíveis riscos do percurso que podem minar todo o progresso urbano e possibilita delinear de forma concreta os objetivos, bem como os meios para alcançá-los. Binfaré et al. (2016) enfatizam que a complexidade dos objetivos determina o quão intrincado será o planejamento. No caso do turismo, planejar é algo feito para se obter resultados a longo prazo, tendo que ser refeito com o passar do tempo, dada a necessidade constante de adaptação às demandas.

O enfoque do planejamento turístico se desenvolve a partir de transformações sociais e deve ser visto como um fator considerável para definir objetivos e metas. Osorio García (2006) discorreu sobre a mudança de enfoque com o passar dos anos, tendo como base realidades latino-americanas. O primeiro enfoque seria o desenvolvimentista, o qual teria sido inserido no planejamento por volta da década de sessenta, logo, o objetivo das políticas públicas era atingir certa autonomia em relação aos territórios mais desenvolvidos, formulado sob uma visão progressista. O segundo, o enfoque econômico,

¹Planejar [...] é uma tarefa complexa em busca do ponto equilíbrio entre o possível e o desejável. É, [...] a arte de visualizar as melhores opções, tendo como substrato uma dose bem combinada de ousadia, prudência, responsabilidade e inspiração. É evidente que cada planejador tem seu próprio brilho, sua fórmula única, sua forma exclusiva, mas é daí que a importância do compromisso, da participação coletiva, da combinação multicolorida e polimórfica dos atores como um todo, porque, como sempre acontece, o bem administrado não é particular, mas público e, portanto, a responsabilidade é de todos (SANTOS, 2001, p. 226).



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

foca na transformação das cidades em produtos turístico para consumo massivo, o que, inclusive, veio a gerar efeitos positivos assim como negativos nos destinos. O terceiro enfoque, o espacial, se concentra em estruturar e preparar as cidades para receber esse grande quantitativo de turistas, portanto está conectado ao enfoque econômico. A partir dele se nota mais nitidamente a evolução urbana e se definem os produtos e serviços a serem ofertados no mercado turístico. O quarto e último enfoque, o estratégico, é voltado para o contexto organizacional e suas formas de articulação frente a questões inesperadas.

Na atualidade o princípio da sustentabilidade tem ganhado força no planejamento urbano. Esse conceito de desenvolvimento foi apresentado em 1987, através do Informe das Nações Unidas (MIGUEL; MORALEJO, 2001), e se inseriu no âmbito turístico como alternativa para diminuir os efeitos ambientais negativos causados pelas atividades do setor. O novo enfoque passa a adotar medidas que propiciam “[...] um desenvolvimento turístico baseado no equilíbrio entre a preservação do patrimônio natural e cultural, a viabilidade econômica do turismo, e a equidade social do desenvolvimento” (VERA REBOLLO et al., 2001, p.11).

É importante destacar que a aplicação de fundamentos sustentáveis por parte dos destinos, e das empresas do setor pode estar camuflada pelo reconhecimento do eco marketing como ferramenta atrativa ao consumidor e como estratégia de competitividade. De qualquer maneira, a adesão desses princípios possibilita aumentar os benefícios econômicos e ecológicos da atividade turística, além de proporcionar melhor qualidade de vida para os residentes.

4.2 Delineando *smart cities*

Em um cenário de crescimento populacional constante, crises econômicas e a preocupação com o meio ambiente, o conceito de inteligência aplicado às cidades está cada vez mais em ascensão. Apesar de não haver uma definição clara e universal de cidade inteligente (ALBINO; BERARDI; DANGELICO, 2015), muitos autores destacam as Tecnologias da Informação e Comunicação- TIC's como o elemento imprescindível na concepção do ideal de *Smart Cities* (SOARES et al., 2017; ALBINO; BERARDI;



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

DANGELICO, 2015; IVARS BAIDAL; SOLSONA MONZONÍS; GINER SÁNCHEZ, 2016). Paralelo á isso, se aponta a importância da participação dos cidadãos e a cooperação de órgãos públicos e privados (KOMNINOS; PALLOT; SCHAFFERS, 2013) na construção de um desenvolvimento urbano estável. Dessa maneira, a definição de *Smart City* está ligada a um nível mais amplo de evolução urbana, que é alcançada através do trabalho conjunto entre o poder público, a esfera privada e os próprios cidadãos.

Além disso, a disponibilidade de ferramentas tecnológicas que facilitem de a vida da população combinada com um sistema de transporte eficiente de forma paralela a preocupação com a sustentabilidade são os pilares que constroem o conceito de cidade inteligente (CARAGLIU; DEL BO; NIJKAMP, 2011). A partir desses eixos, a literatura se desenvolveu propondo definições diversas de um conceito de *smartness*, com variações estabelecidas por características administrativas e estruturais.

Para Cassandras (2016) uma *Smart City* apresenta ações voltadas para a evolução econômica, ambiental, infraestrutural e social, pois deve estar direcionada para a satisfação e os interesses da população. Assim, todos os mecanismos desenvolvidos deverão buscar aumentar a qualidade de vida de seus moradores através de um ambiente informatizado e constantemente monitorado, que seja capaz de resolver adversidades de maneira coordenada e dinâmica.

Já para Anand; Navío-Marco (2018) a força motriz de uma cidade inteligente seria, em primeiro lugar, o capital humano, pois somente a partir dele surge a tomada de decisão de onde serão implantadas as inovações que permitirão avanços urbanos significativos. Para eles, a tecnologia é uma ferramenta que possibilita de maneira sistêmica atingir os objetivos liderados pelo gestor, de modo que ambos os fatores estão estritamente ligados e são codependentes no processo de crescimento de uma *Smart City*. De uma forma operativa, os autores Giffinger et al. (2007) definiram eixos centrais como constituintes de uma *Smart City* com base em análises de características presentes em centros urbanos referenciais (Figura 1).

Tabela 1. Características e fatores de uma cidade inteligente



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA

ECONOMIA INTELIGENTE (Competitividade)	PESSOAS INTELIGENTES (Capital Humano e Social)
<ul style="list-style-type: none">• Espírito inovador• Empreendedorismo• Marcas e imagem econômica• Produtividade• Flexibilidade do mercado de trabalho.• Raízes internacionais• Capacidade de transformar-se	<ul style="list-style-type: none">• Nível de qualificação• Afinidade com a formação permanente• Pluralidade étnica e social• Flexibilidade• Criatividade• Cosmopolitismo/ mentalidade aberta• Participação na vida pública
GOVERNANÇA INTELIGENTE (Capacitação)	MOBILIDADE INTELIGENTE (Transporte e TICs)
<ul style="list-style-type: none">• Participação na tomada de decisões• Serviços públicos e sociais• Governança transparente• Perspectivas e estratégias políticas	<ul style="list-style-type: none">• Acessibilidade local• Acessibilidade (inter)nacional• Disponibilidade de infraestruturas de TICs• Sistema de transporte sustentável, inovador e seguro
MEIO AMBIENTE INTELIGENTE (Recursos naturais)	VIDA INTELIGENTE (Qualidade de vida)
<ul style="list-style-type: none">• Condições naturais atraentes• Contaminação• Proteção ambiental• Gestão sustentável dos recursos	<ul style="list-style-type: none">• Infraestruturas culturais• Condições de saúde• Segurança individual• Qualidade de moradia• Infraestruturas educacionais• Atrativos turísticos• Coesão social

Fonte: Adaptado de Giffinger et al. (2007) *apud* INVATTUR (2015)

Os elementos definidos pelos autores estão interconectados e alguns refletem consequências do desdobramento dos demais. São eles: economia, capital humano, governança, mobilidade, meio ambiente e qualidade de vida. O fator econômico diz respeito à capacidade de inovação e reestruturação frente à competitividade e sua permanência no mercado, que por sua vez só pode ser validado e executado pela força intelectual humana qualificada, a qual apresenta maior dinamismo no sentido profissional e nas relações em sociedade. Este sentido de cooperação que se mostra presente em um indivíduo mais instruído o torna mais ciente dos seus deveres e obrigações, o levando a criar uma necessidade de ser participativo nos assuntos de cunho público, trazendo à tona a questão da governança.



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

A mobilidade é um elemento essencial em uma cidade evoluída, pois um sistema de transporte que facilite o deslocamento individual fomentado pelas tecnologias empregadas nesta área e que se relacionam com questões de segurança e acessibilidade sustentável, possibilitam uma melhor qualidade de vida para os cidadãos. Por fim, se insere nesse contexto a preocupação com problemas ambientais, solucionados através da gestão eficiente dos recursos naturais da localidade feita pelo capital humano, conferindo bem-estar para a população (GIFFINGER et al., 2007).

4.3 A emergência dos destinos turísticos inteligentes

Em face às novas tecnologias e às necessidades presentes no século XXI, o mercado consumidor está cada vez mais informatizado e preocupado com as questões ambientais e econômicas. As pessoas estão se tornando mais criteriosas e conscientes no que diz respeito aos produtos e serviços que adquirem. Dessa maneira a concepção de Destino Turístico Inteligente - DTI surge da necessidade de adaptação que o setor turístico requer frente às evoluções tecnológicas que o mercado competitivo adota (IVARS BAIDAL; SOLSONA MONZONÍS; GINER SÁNCHEZ, 2016), implicando maior agilidade, flexibilidade e adequação em relação aos concorrentes e aos consumidores. Compreender a relevância da competitividade de um Destino Turístico é crucial para se ter uma percepção maior da dimensão deste fator na configuração de estratégias de promoção do mesmo.

Apesar de iniciativas de desenvolvimento de destinos turísticos inteligente serem derivadas do conceito de *Smart City* diferenças entre essas duas definições.

Los límites geográficos de los destinos inteligentes pueden coincidir o no con los de un municipio o red de ciudades [...] En el destino turístico inteligente, el público objetivo es el turista, no tanto el ciudadano [...] El destino turístico inteligente viene impulsado, principalmente, por el sector turístico, tanto público como privado, [...] La interacción va más allá de la propia estancia en la ciudad [...] Los destinos turísticos inteligentes están ligados al incremento de su competitividad y a la mejora de la experiencia del turista. [...] Las ciudades inteligentes están orientadas a mejorar su gobernabilidad y a incrementar la calidad de vida de los residentes, mientras que los destinos turísticos inteligentes se orientan más a conseguir un atractivo intrínseco para



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

los visitantes [...] (SEGITTUR, 2015, p. 32).²

Assim, pode-se afirmar que o enfoque de uma cidade inteligente é o bem-estar do residente, enquanto a motivação de um destino turístico inteligente seria voltada, principalmente, para o entretenimento e satisfação dos visitantes.

O Instituto Valenciano de Tecnologias Turísticas - INVATTUR (2015) determinou, em um modelo de referência apresentado à Comunidade Valenciana, as diretrizes a serem consideradas na estrutura administrativa de um DTI. São elas: governança, sustentabilidade, espírito inovador, sistema de informação ágil e conectividade. O modelo aponta a governança como sistema nervoso central de um arranjo organizacional em que este eixo determina e direciona de forma sistematizada os demais. Apresenta, ainda, uma maneira de medi-la a partir de determinantes preestabelecidas que envolvem ações complementares entre as esferas pública e privada, juntamente com os cidadãos, de modo que se desenvolva uma relação de consenso entre ambas as partes no decorrer do processo de gestão.

Os objetivos de um Destino Turístico Inteligente são apontados por González et al. (2018) em seu estudo intitulado *“Reflexiones sobre la percepción de los Destinos Turísticos Inteligentes españoles por parte de los actores turísticos”*. Através do método Delphi, em que a obtenção de resultados é extraída com base na opinião de especialistas (LANDETA, 1999 *apud* GONZÁLEZ et al., 2018), eles indicam que as TIC's, a sustentabilidade e a eficiência do serviço turístico são indispensáveis para a composição do conceito de DTI (GONZÁLEZ et al., 2018). Os autores ainda reforçam que os resultados esperados com a implantação de tais medidas no destino, ou seja, o aumento da demanda turística, serão obtidos a longo prazo, enquanto a renúncia desses critérios implicaria na desqualificação e perda de competitividade.

É importante ressaltar que, assim como as *Smart Cities*, não há um conceito único

² Os limites geográficos dos destinos inteligentes podem ou não coincidir com os de um município ou rede de cidades [...]. No destino turístico inteligente, o público-alvo é o turista, não tanto o cidadão [...]. O destino turístico inteligente é impulsionado, principalmente, pelo setor de turismo, público e privado, [...]. A interação vai além da estadia na cidade. [...] Os destinos turísticos inteligentes estão ligados ao Maior competitividade e melhor experiência turística. [...] Cidades inteligentes visam melhorar sua governança e aumentar a qualidade de vida dos moradores, enquanto destinos turísticos inteligentes são mais voltados para alcançar apelo intrínseco aos visitantes [...] (SEGITTUR, 2015, p. 32).



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

do que seria um Destino Turístico Inteligente. É preciso adaptar-se e redirecionar os esforços necessários à cada situação (GOMES; GÂNDARA; IVARS BAIDAL, 2017) a fim de atingir um objetivo comum. Desse modo, deve se levar em conta que um Destino Turístico Inteligente é o produto da interação das partes interessadas, que se utilizam dos recursos existentes, impulsionados pelas TIC's, para atingir metas de desenvolvimento previamente estabelecidas (SANTOS; GÂNDARA, 2016).

Nesse cenário, as Tecnologias da Informação e Comunicação são as ferramentas que possibilitam o trânsito das informações de valor, além de fornecerem dados relacionados às tendências da demanda para o mercado competitivo. Como consequência, o Destino Turístico Inteligente se torna mais preparado para receber o turista em comparação com os demais destinos, refletindo positivamente na experiência do visitante (CORRÊA; GOSLING; GONÇALVES, 2019) e reforçando sua imagem no mercado mundial.

Ivars Baidal; Solsona Monzonís; Giner Sánchez (2016) apresentam um modelo de aplicação para DTI's com base em indicadores observados nas políticas de desenvolvimento turístico da Espanha e que expõem critérios semelhantes aos do INVATTUR (Figura 2).

Figura 2. O destino turístico desde uma perspectiva sistêmica



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA



Fonte: Adaptado de Ivars Baidal; Solsona Monzonís; Giner Sánchez (2016)

Este modelo passa a considerar a implementação das Tecnologias da Informação e Comunicação no contexto da gestão urbana e ajusta os eixos principais a um novo enfoque. A governança se mostra presente no modo de articulação do núcleo administrativo frente às transformações do ambiente externo, ou seja, a capacidade de adaptação dos atores, quando se faz necessário. A sustentabilidade surge nesse contexto como preocupação ambiental e como estratégia de promoção do destino. A conectividade traz maior agilidade na troca de informações, em que a captação de dados permite, ao destino e às empresas que constituem sua oferta, se adaptarem aos anseios do consumidor de maneira mais imediata. A partir do retorno gerado pela implantação dessas redes de conexão, se desenvolve o sistema de informação como ferramenta de monitoramento das atividades do destino. Este fomenta a criação de novos mecanismos de medição de qualidade do DTI e facilita o processamento dos dados que são inseridos no sistema. E por fim, a inovação como o diferencial frente à competitividade com destinos tradicionais, a qual foca na capacidade de os atores sociais se organizarem de forma dinâmica e contrária ao individualismo (IVARS BAIDAL; SOLSONA MONZONÍS; GINER SÁNCHEZ, 2016).



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A partir da análise dos planos nacionais de turismo de cinco países foi possível identificar as estratégias que estão ou estiveram direta e indiretamente ligadas aos nove eixos de desenvolvimento que foram determinados a partir da revisão de literatura e serão apresentados na Tabela 2. Os eixos de atuação foram definidos a partir das concepções de diversos autores sobre as temáticas de Cidades Inteligentes e Destinos Turísticos Inteligentes. Foram considerados, também, os mecanismos utilizados estrategicamente no âmbito do planejamento e gestão do turismo, bem como aspectos relacionados às tendências do mercado atual. Desse modo, foram identificados nove eixos de atuação: governança; inovação; sustentabilidade; tecnologias da informação e comunicação; mobilidade; atrativos/destinos; informação turística; marketing e; capital humano.